

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 OBJEK DAN RUANG LINGKUNGAN PENELITIAN**

##### **3.1.1 Objek Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa aktif pengguna *smartphone* dengan merek selain iPhone di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang terletak di, Jalan Rawamangun Muka, Rawamangun, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Objek penelitian yang menjadi variabel bebas (*independent variabel*) dalam penelitian ini adalah Kesadaran Merek (X1), Citra Merek (X2). Sedangkan variabel yang terikat (*dependent variabel*) dari penelitian ini adalah Minat Beli (Y). Berdasarkan objek penelitian tersebut, dianalisis mengenai pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek terhadap Minat Beli.

##### **3.1.2 Waktu Penelitian**

Pada penelitian ini, waktu penelitian berlangsung selama kurang lebih 5 bulan, mulai dari bulan Maret hingga Juli 2019.

## **3.2 METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian deskriptif dan *explanatory*. Penelitian deskriptif adalah Penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan atau mendeskripsikan suatu keadaan, peristiwa, objek apakah orang, atau segala sesuatu yang terkait dengan variabel-variabel yang bisa dijelaskan baik dengan angka-angka maupun kata-kata.

Penelitian *explanatory* adalah penelitian yang bertujuan menghimpun informasi awal yang akan membantu upaya menetapkan masalah dan merumuskan hipotesis.

## **3.3 POPULASI DAN SAMPEL**

### **3.3.1. Populasi**

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif yang mempunyai dan menggunakan *smartphone* yang bukan bermerek Iphone yang berkuliah di Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

### **3.3.2. Sampel**

Sampel adalah turunan dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi. Turunan ini diambil karena dalam banyak kasus tidak mungkin meneliti seluruh anggota populasi, oleh karena itu harus membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *Purposive Sampling* dimana sampelnya diambil dari 200 mahasiswa prodi manajemen Fakultas

Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang dimana setiap angkatan dari total 4 angkatan yang masih menempuh masa studi diambil 50 orang mahasiswa yang masih berstatus mahasiswa aktif dan mempunyai *smartphone* yang bukan bermerek Iphone dan telah menggunakan *smartphone* kurang lebih 6 bulan.

Sebagaimana merujuk pada Sarwono & Budiono (2012 hal. 144) yang menyebutkan bahwa ukuran sampel yang memadai dapat menggunakan sampel minimal 100 dengan tingkat kesalahan 10% untuk memperoleh hasil analisis yang signifikan dan lebih akurat. Pada penelitian ini responden yang ditargetkan sebanyak 200 responden.

### **3.4 JENIS DAN METODE PENGUMPULAN DATA**

#### **3.4.1. Jenis Data**

Data yang digunakan peneliti adalah sebagai berikut :

##### **a. Data Primer**

Data yang didapat peneliti langsung dari responden dalam bentuk penyebaran angket atau kuisioner kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

##### **b. Data Sekunder**

Data yang peneliti dapat dan dokumen – dokumen tertulis dengan mempelajari berbagai tulisan, buku-buku, jurnal-jurnal, dan literatur yang berkaitan dan mendukung penelitian ini.

### 3.4.2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah

#### a. Kuesioner (angket)

Peneliti menyebarkan daftar pertanyaan berupa angket kepada responden

### 3.5. Operasionalisasi Variabel

**Tabel III.1**

**Tabel Operasionalisasi Variabel**

Konsep variabel	Dimensi	Indikator	Skala Ukur
<b>Kesadaran Merek</b> Kesadaran merek atau Kesadaran Merek mengacu pada apakah konsumen dapat mengingat, dapat mengenali, atau mengetahui suatu merek (Liu et al., 2017)	<i>Brand Recall</i> (Liu et al., 2017; Sasmita & Mohd Suki, 2015)	Anda mengetahui adanya <i>smartphone</i> dengan merek Iphone	Likert
		Merek <i>Smartphone</i> yang muncul dalam benak Anda pertama kali adalah Iphone.	
		Bagi Anda Kata “ <i>Smartphone</i> ” erat kaitannya dengan Iphone	
	<i>Brand Recognition</i> (Jamali & Khan, 2018; Sasmita & Mohd Suki, 2015)	Anda mengenal produk <i>Smartphone</i> dengan merek Iphone melalui iklan di berbagai media (Cetak, Massa & Online).	
		Anda dapat mengenali dengan mudah logo atau simbol <i>Smartphone</i> Iphone.	
		Anda dapat membedakan <i>Smartphone</i> merek Iphone dengan <i>smartphone</i> merek lain	

<b>Citra Merek</b>  Citra Merek merupakan Asosiasi merek yang menghubungkan memori konsumen dengan nama merek tertentu (Liu et al., 2017)	<i>Strength</i> (Chinomona, 2016; Gordon, James, & Yoshida, 2016)	Menurut anda Iphone merupakan merek dengan teknologi/fitur yang bagus.	Likert
		Bagi anda Kualitas <i>Smartphone</i> Iphone terjamin bagus	
		Fitur – fitur Iphone menurut anda mudah dipelajari, dimengerti dan dioperasikan	
	<i>Favorability</i> (Gordon et al., 2016; Liu et al., 2017)	Menurut anda <i>Smartphone</i> Iphone dapat diandalkan.	
		Iphone merupakan <i>smartphone</i> yang canggih	
		Anda merasa spesial jika menggunakan Iphone	
	<i>Uniqueness</i> (Gordon et al., 2016; Woo, 2019)	Iphone adalah <i>Smartphone</i> yang Mempunyai keunikan tersendiri karena menggunakan iOS	
		Iphone memiliki beragam model yang menarik	
		Iphone mempunyai ciri khas yang berbeda dibanding <i>smartphone</i> lain	

Sumber : Diolah oleh peneliti

### 3.5.1. Pengukuran Variabel

Pengukuran Minat Beli pada suatu merek produk digunakan sebagai sarana bagi perusahaan untuk mendapatkan gambaran dalam menganalisis dan mempertahankan minat beli konsumen pada suatu produk. Skala Pengukuran yang digunakan untuk menyatakan tanggapan responden terhadap setiap instrumen pertanyaan yang diberikan adalah dengan menggunakan skala likert dengan 5 alternatif jawaban (Jamali & Khan, 2018).

Sangat setuju (SS)	: Skor 5
Setuju (S)	: Skor 4
Biasa saja (BS)	: Skor 3
Tidak setuju (TS)	: Skor 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	: Skor 1

Sumber : Gunawardane (2015)

### **3.6 TEKNIK ANALISIS DATA**

Teknik analisa data merupakan suatu langkah yang paling menentukan dari suatu penelitian, karena analisa data berfungsi untuk menyimpulkan hasil penelitian. Metode Analisis data digunakan untuk mengambil kesimpulan dari keseluruhan data yang telah terkumpul. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Penelitian ini menggunakan perangkat lunak SPSS 25 untuk mengolah dan menganalisis hasil dari data yang telah dikumpulkan sebelumnya.

#### **3.6.1. Uji Instrumen**

Uji instrumen adalah pengujian yang dilakukan apakah data-data yang diperoleh akurat dan obyektif. Agar data yang dikumpulkan benar-benar berguna, maka alat ukur yang digunakan harus valid dan reliabel. Dalam uji instrumen terdapat pengujian yang harus dilakukan yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

### 3.6.1.1. Uji Validitas (Uji r)

Validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas sebuah item (Sugiyono, 2016), Sebuah tes dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang hendak diukur. Jumlah sampel uji coba diambil sebanyak 30 responden dalam populasi namun di luar dari sampel penelitian dengan nilai r tabel yang taraf signifikan 5% sebesar = 0,361. Untuk menghitung validitas butir soal digunakan rumus Pearson :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan :

$r_{xy}$  : Koefisien korelasi item soal

N : Banyaknya peserta tes

X : Jumlah skor item

Y : Jumlah skor total

Kriteria  $r_{xy}$  adalah sebagai berikut :

$0,00 < r_{xy} < 0,20$  sangat rendah

$0,20 < r_{xy} < 0,40$  rendah

$0,40 < r_{xy} < 0,60$  cukup

$0,60 < r_{xy} < 0,80$  tinggi

$0,80 < r_{xy} < 1,00$  sangat tinggi

Hasil perhitungan  $r_{xy}$  dibandingkan dengan table kritis *r product moment*, dengan taraf signifikan 5 % jika harga  $r_{xy}$  maka tes tersebut valid.

### 3.6.1.2. Uji Reliabilitas (Cronbach Alpha)

Reliabilitas berasal dari kata *reliability* yang berarti sejauh mana hasil suatu pengukuran memiliki keterpercayaan, keterandalan, keajegan, konsistensi, kestabilan yang dapat dipercaya. Uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2016. Hal. 210) Maka pengertian realibilitas tes, berhubungan dengan masalah ketetapan hasil tes. Analisis reliabilitas tes pada penelitian ini menggunakan rumus Hyot:

$$\alpha = \left( \frac{K}{K - 1} \right) \left( \frac{s_r^2 - \sum s_i^2}{s_x^2} \right)$$

Keterangan:

$\alpha$  = Koefisien Reliabilitas Alpha Cronbach

$K$  = Jumlah Item Pertanyaan yang diuji

$\sum s_i^2$  = Jumlah Varians Skor Item



$Sx^2$  = Varians skor-skor tes (seluruh item K)

Kriteria yang digunakan adalah sebagai berikut :

Jika  $\alpha > 0,90$  maka reliabilitas sempurna

Jika  $\alpha$  antara  $0,70 - 0,90$  maka reliabilitas tinggi

Jika  $\alpha$  antara  $0,50 - 0,70$  maka reliabilitas moderat

Jika  $\alpha < 0,50$  maka reliabilitas rendah[4]

### **3.6.2. Uji Deskriptif**

Analisis deskriptif digunakan untuk membantu peneliti mendeskripsikan ciri-ciri variabel-variabel yang diteliti atau merangkum hasil pengamatan penelitian yang telah dilakukan tanpa membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum dari data yang diperoleh dari populasi atau sampel. Analisis ini bertujuan mengubah kumpulan data mentah menjadi bentuk yang mudah dipahami, dalam bentuk informasi yang ringkas. Analisis deskriptif ini berkaitan dengan kegiatan pencatatan, penyusunan, penyajian, dan peringkasan hasil-hasil pengamatan terhadap kejadian-kejadian atau fenomena-fenomena secara kuantitatif.

### **3.6.3. Uji Asumsi Dasar & Klasik**

Uji asumsi dasar terdiri dari uji normalitas data dan uji linearitas, Sedangkan Uji asumsi klasik meliputi uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas. adalah analisis yang dilakukan untuk menilai apakah di dalam sebuah model regresi linear Ordinary Least Square (OLS) terdapat masalah-masalah asumsi dasar maupun klasik.

Uji asumsi dasar yang akan kita bahas antara lain:

- 1) uji normalitas
- 2) uji linearitas.

Uji asumsi klasik yang akan kita bahas antara lain :

- 1) uji multikolinearitas
- 2) uji heteroskedastisitas

#### **3.6.3.1. Uji Normalitas**

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah sampel yang diperoleh berdistribusi normal atau tidak. menggunakan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan mengorelasikan nilai residual (*Unstandardized Residual*) dari masing-masing variabel dengan menggunakan nilai signifikansi 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 5% atau 0,05.

#### **3.6.3.2. Uji Linearitas**

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* dengan pada taraf signifikansi 0,05.

Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (*Deviation from Linearity*)  $> 0,05$ .

### 3.6.3.3. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan salah satu uji dari uji asumsi klasik yang merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengidentifikasi suatu model regresi dapat dikatakan baik atau tidak. Secara konsep, multikolinearitas adalah situasi dimana terdapat dua variabel yang saling berkorelasi. Adanya hubungan diantara variabel bebas adalah hal yang tak bisa dihindari dan memang diperlukan agar regresi yang diperoleh bersifat valid. Namun, hubungan yang bersifat linier harus dihindari karena akan menimbulkan gagal estimasi (multikolinearitas sempurna) atau sulit dalam inferensi (multikolinearitas tidak sempurna). Untuk mengetahui hasil uji dari uji multikolinieritas dapat dilihat dari beberapa cara, yakni sebagai berikut:

1. Dengan melihat nilai *tolerance*:
  - a. Apabila nilai toleransinya sendiri lebih besar dari 0,10 maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas
  - b. Sedangkan bila nilai toleransinya lebih kecil dari 0,10 maka kesimpulan yang didapat adalah terjadi multikolinieritas.

2. Dengan melihat nilai VIF:

a. Jika nilai VIF lebih dari 10, maka kita akan mendapat kesimpulan bahwa data yang kita uji tersebut memiliki multikolinieritas

b. Sedangkan jika nilai VIF dibawah 10, maka kita akan mendapat kesimpulan bahwa data yang kita uji tidak memiliki kolinieritas.

c. Rumus:  $VIF = 1 / (1 - R^2)$

#### **3.6.3.4. Uji Heteroskedastisitas**

Uji Heteroskedastisitas adalah uji yang menilai apakah ada ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi linear. Uji ini merupakan salah satu dari uji asumsi klasik yang harus dilakukan pada regresi linear. Apabila asumsi heteroskedastisitas tidak terpenuhi, maka model regresi dinyatakan tidak valid sebagai alat peramalan.

Apabila nilai signifikansi (Sig.) > 0,05 maka tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas.

### 3.6.4. Uji Hipotesis

#### Uji Koefisien Regresi secara bersama-sama ( Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). Dengan kata lain, uji F ini dapat digunakan untuk mengetahui apakah sebuah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi sebuah variabel dependen atau tidak. F hitung dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$F \text{ hitung} = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

Keterangan:

$R^2$  = koefisien determinasi

n = jumlah data atau kasus

k = jumlah variabel independen

Jika  $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ ,  $H_0$  ditolak, maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara signifikan antara variabel independen (lebih dari dua) secara bersama-sama terhadap variabel dependen.